

# Formation stratégie digitale & réseaux sociaux



6 jours / 42h

Tarif jour : 350€ Net de taxe/pers

Nous contacter pour une session personnalisée

## Partie 1 : Réussir sa stratégie digitale

- 01 Comprendre les enjeux des supports digitaux et des réseaux sociaux
- 02 Construire une stratégie digitale pour son entreprise ou sa marque
- 03 Choisir les bons supports en fonction de ses cibles et de ses objectifs

## Partie 2 : Investir les réseaux sociaux

- 01 Comprendre les enjeux de l'utilisation des médias sociaux.
- 02 Identifier et comprendre les spécificités des réseaux sociaux Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram et Youtube...
- 03 Maîtriser le social marketing: stratégie d'écoute, recrutement, engagement, identifier les influenceurs, communautés...
- 04 Être en mesure de développer, gérer, programmer et analyser une campagne de social marketing.

## Méthodes pédagogiques

Quizz en début et en fin de formation  
Alternance de théorie, de démonstration et de mise en pratique lors des exercices d'application  
Possibilité pour les stagiaires de venir avec leurs propres thématiques d'entreprises pour les cas pratiques

## Pré-requis

Bonne connaissance de l'outil informatique  
Bonne culture digitale  
Bonnes connaissances marketing sont un plus

## Évaluation

Attestation fin de formation  
Attestation d'acquis de compétences  
Positionnement de début de parcours

## Public concerné

Demandeurs d'emploi, salariés  
Responsables communication digitale, community managers, online media managers

## Matériel & suivi

Ordinateur PC ou Mac  
Connexion internet

## Profil du formateur

Responsable de stratégie digitale en agence depuis plus de 10 ans.



# Programme de la formation



## Partie 1 : Réussir sa stratégie digitale

### Histoire du web

Les médias sociaux  
L'emailing  
Le Display..

### Comprendre les enjeux du marketing digital

Evolution des pratiques  
Tendances du marché  
Définitions

### Découvrir les stratégies digitales

Inbound marketing  
Outbound marketing  
Influence marketing

### Choisir les bon types de supports

Les moteurs de recherche

### Élaborer une stratégie

Benchmark  
Positionnement & concept  
Cibles et personas  
Objectifs  
Parcours client  
Choix de supports (objectifs chiffrés et kpi)

### Mettre en place une veille

E-reputation  
Technologie  
Stratégie et concurrentielle

## Partie 2 : Investir les réseaux sociaux

### Identifier les réseaux sociaux

Enjeux  
Tendances  
Définitions

### Implémenter sa stratégie social media

Rappel stratégique  
Définir une ligne éditoriale  
Créer un planning de publications  
Décliner son identité visuelle

### Comprendre Facebook

Histoire  
Enjeux  
Différences entre profil et page  
Les outils de publication  
Engager et recruter  
Les statistiques  
Booster une publication  
Observer son environnement et contourner les obstacles

### Découvrir les spécificités des autres réseaux sociaux populaires

Instagram  
LinkedIn  
Pinterest  
Twitter  
Youtube  
Google My Business

